



Kinerja Badan Jaminan Sosial Dan Kepuasan Pelanggan

¹Elsa Triandhani Putri*, ²Hero Priono, ³Endah Susilowati
^{1,2,3} Accounting Post Graduate Programme, University of Pembangunan Nasional
 Veteran Jawa Timur
 Jl. Raya Rungkut Madya, Gunung Anyar, Surabaya, East Java, Indonesia
 email : elsatriandhani@gmail.com*

Abstract

The purpose of this research is to test the quality of service and company capability through the customer satisfaction and company performance of Indonesia social security agency of human resource (BPJS Ketenagakerjaan). This is quantitative research with survey method approach. It was population 1.011 people and distributed 91 questionnaires for BPJS Ketenagakerjaan Jember branch. Partial Least Square (PLS) software used to test the hypothesis. The research found that service quality variable has effect through the customer satisfaction but does not have any effect for the company performance. Company capability variable affects the customer satisfaction and company performance.

Keywords: Service Quality, Company Capability, Customer Satisfaction, Company Performance, Social Security Agency

Pendahuluan

BPJS Ketenagakerjaan (Badan Penyelenggara Jaminan Sosial) merupakan program publik yang memberikan perlindungan bagi tenaga kerja untuk mengatasi resiko sosial ekonomi tertentu dan penyelenggaraannya menggunakan mekanisme asuransi sosial.

Salah satu permasalahan yang pernah terjadi pada BPJS Ketenagakerjaan mengenai perubahan peraturan mengenai pelayanan pencairan Jaminan Hari Tua (JHT) dari lima (5) tahun satu (1) bulan menjadi sepuluh (10) tahun. Aturan tersebut mendapat protes dan penolakan masif daripada pengguna internet, terutama mereka yang sudah tidak bekerja dan mengharapkan uang JHT tersebut cair setelah lima tahun masa kepesertaan BPJS Ketenagakerjaan. (Erland Djumena)

Bukan Cuma itu, seorang warga bernama Gilang Mahardhika juga menggalang petisi untuk menolak aturan baru tersebut dalam laman situs

Change.org dengan judul “Membatalkan kebijakan baru pencairan dana JHT minimal 10 tahun”. Petisi itu ditujukan untuk Presiden Joko Widodo dan Menteri Tenaga Kerja Hanif Dhakiri. (Erland Djumena)

Banyaknya protes dari ribuan tenaga kerja yang sudah tidak bekerja, maka presiden dan menteri merubah peraturan mengenai pencairan dana JHT tersebut. Permen RI Nomor 46 Tahun 2015 yang menyatakan pencairan dana JHT untuk tenaga kerja yang mengalami PHK sebelum usia pensiun minimal kepesertaan 10 tahun menjadi Permen RI Nomor 60 Tahun 2015 yang berisi pencairan dana JHT dapat diambil setelah masa tunggu satu (1) bulan dari masa penonaktifan kepesertaan BPJS Ketenagakerjaan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah yang dibuat adalah bagaimana kualitas pelayanan dan kapabilitas perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan kinerja perusahaan?

Teori Agensi

Teori keagenan (*Agency theory*) merupakan basis teori yang mendasari praktik bisnis perusahaan yang dipakai selama ini. Teori tersebut berakar dari sinergi teori ekonomi, teori keputusan, sosiologi, dan teori organisasi. Prinsip utama teori ini menyatakan adanya hubungan kerja antara pihak yang memberi wewenang (prinsipal) yaitu investor dengan pihak yang menerima wewenang (agensi) yaitu manajer, dalam bentuk kontrak kerja sama yang disebut "*nexus of contracts*". (Faculty of Administrative Science, Brawijaya University)

BPJS Ketenagakerjaan Cabang Jember yang merupakan pihak pemberi wewenang (prinsipal) bertugas sebagai pemberi aturan mengenai pembayaran iuran peserta maupun pembayaran klaim dari peserta. Sedangkan peserta BPJS Ketenagakerjaan Cabang Jember merupakan pihak yang menerima wewenang (agen), tugasnya adalah memenuhi kewajiban untuk membayar iuran per bulan.

Teori Sinyal (*Signalling Theory*)

Dikutip dari Hartono (2005), teori signaling menyatakan bahwa perusahaan yang berkualitas baik dengan sengaja akan memberikan sinyal pada pasar, dengan demikian pasar diharapkan dapat membedakan perusahaan yang berkualitas baik dan buruk. (Rey Naldy)

BPJS Ketenagakerjaan Cabang Jember telah memberikan sinyal kepada masyarakat melalui pemberitaan lewat media cetak maupun media sosial. Selain itu, BPJS Ketenagakerjaan Cabang Jember memasang iklan dan banner, bahkan membuat brosur agar bisa diketahui oleh masyarakat.

Teori Y dari Douglas McGregor

Secara keseluruhan asumsi teori Y yang diciptakan dan dikembangkan oleh Douglas McGregor pada tahun 1960 mengenai manusia adalah sebagai berikut :

- a. Pekerjaan itu pada hakikatnya seperti bermain dapat memberikan kepuasan kepada orang. Keduanya, bekerja dan bermain merupakan aktivitas – aktivitas fisik dan mental. Sehingga diantara keduanya tidak ada perbedaan, jika semua keadaan sama – sama menyenangkan.
- b. Manusia dapat mengawasi diri sendiri, dan hal itu tidak bisa dihindari dalam rangka mencapai tujuan – tujuan organisasi.
- c. Kemampuan untuk berkreaitivitas di dalam memecahkan persoalan – persoalan organisasi secara luas didistribusikan kepada seluruh karyawan.
- d. Motivasi tidak saja berlaku pada kebutuhan – kebutuhan sosial, penghargaan, dan aktualisasi diri, tetapi juga pada tingkat kebutuhan – kebutuhan fisiologi dan keamanan.
- e. Orang – orang dapat mengendalikan diri dan kreatif dalam bekerja jika dimotivasi secara tepat.

Mc Gregor menyatakan selanjutnya bahwa merupakan tugas yang penting bagi manajemen untuk melepaskan tali pengendalian dengan memberikan kesempatan mengembangkan potensi yang ada pada masing – masing individu.

Memahami asumsi dasar teori Y ini, setiap karyawan dalam melakukan pelayanan terhadap peserta/

pelanggannya harus dianggap sebagai permainan yang merupakan kesenangannya. Karena apabila karyawan merasa tulus ikhlas dalam melayani peserta, maka peserta akan merasa puas dengan pelayanan tersebut.

Kredibilitas

Kredibilitas adalah kualitas, kapabilitas, atau kekuatan untuk menimbulkan kepercayaan. Aplikasi umum yang sah dari istilah kredibilitas berkaitan dengan kesaksian dari seseorang atau suatu lembaga selama konferensi. Kesaksian haruslah kompoten dan kredibel apabila ingin diterima sebagai bukti dari sebuah isu yang diperdebatkan. (Putri Indria Sari)

Kredibilitas perusahaan didefinisikan sebagai seberapa jauh konsumen percaya bahwa suatu perusahaan bisa merancang dan menghadirkan produk atau jasa yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan (Kotler, 2012: 203).

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat disimpulkan kredibilitas adalah kualitas atau nilai perusahaan yang dapat mempengaruhi respon konsumen atau pelanggan.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. Kualitas pelayanan yang dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas layanan yang benar – benar mereka terima. (Guspul, 2014)

Menurut Lewis & Booms dalam Tjiptono (2012:157) mendefinisikan kualitas pelayanan secara sederhana,

yaitu ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Artinya kualitas pelayanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan atau lembaga tertentu untuk memenuhi kebutuhan pelanggan/ pengunjung. Dengan kata lain, faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan adalah pelayanan yang diharapkan pelanggan/ pengunjung dan persepsi masyarakat terhadap pelayanan tersebut. Nilai kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan perusahaan dan stafnya dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

Kapabilitas Perusahaan

Kapabilitas adalah kemampuan mengeksploitasi secara baik sumber daya yang dimiliki dalam diri maupun di dalam organisasi, serta potensi diri untuk menjalankan aktivitas tertentu ataupun serangkaian aktivitas (Amir, 2011: 86).

Menurut Hubeis dan Najib (2014:47), kapabilitas perusahaan adalah kumpulan sumber daya yang menampilkan tugas atau aktivitas secara integratif. Biasanya, kapabilitas perusahaan ditentukan berdasarkan dua pendekatan, yaitu (1) pendekatan fungsional dan (2) pendekatan rantai nilai (*value chain*).

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan atau sering disebut juga dengan *Total Customer Satisfaction* menurut Barkley dan Taylor (Saleh, 2010:115) merupakan fokus dari proses *Customer – Driven Project Management* (CDPM), bahkan dinyatakan pula bahwa kepuasan adalah kualitas. (Panggabean, 2014)

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu kunci keberhasilan suatu usaha, hal ini dikarenakan dengan memuaskan pelanggan, perusahaan dapat meningkatkan pendapatan dan mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas.

Berdasarkan definisi - definisi kepuasan pelanggan yang telah diteliti dan didefinisikan oleh para ahli pemasaran, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan suatu tanggapan perilaku pelanggan berupa evaluasi purna beli terhadap suatu barang atau jasa yang dirasakannya (kinerja produk) dibandingkan dengan harapan pelanggan. (Dedy Londong)

Kinerja Perusahaan

Kinerja (*performance*) adalah gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu kegiatan/ program/ kebijakan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, misi dan visi organisasi yang tertuang dalam *strategic planning* suatu organisasi. Istilah kinerja sering digunakan untuk menyebut prestasi atau tingkat keberhasilan individu maupun kelompok individu. Kinerja bisa diketahui hanya jika individu atau kelompok individu tersebut mempunyai kriteria keberhasilan yang telah ditetapkan. (Kristiyanti, 2012)

Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan pasti berbeda antara satu sama lain, tergantung dari tinggi rendahnya suatu ukuran seseorang. Ketika ada pelanggan yang datang dalam keadaan emosi tetapi karena pelayanan di sana bagus akan membuat pelanggan tidak jadi marah.

H₁: Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan BPJS Ketenagakerjaan BPJS Ketenagakerjaan

Kapabilitas Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Kapabilitas tiap perusahaan berbeda – beda dalam melayani pelanggannya, tergantung kreatifitas dan inovasi dari karyawan perusahaan tersebut. Semakin kreatif dan banyaknya inovasi yang dibuat maka kepuasan pelanggan akan semakin meningkat pula.

H₂: Kapabilitas perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan BPJS Ketenagakerjaan BPJS Ketenagakerjaan

Kepuasan Pelanggan Terhadap Kinerja Perusahaan

Kepuasan pelanggan merupakan suatu tanggapan perilaku pelanggan berupa evaluasi purna beli terhadap suatu barang atau jasa yang dirasakannya (kinerja produk) dibandingkan dengan harapan pelanggan.

H₃: Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan BPJS Ketenagakerjaan BPJS Ketenagakerjaan

Kualitas Pelayanan Terhadap Kinerja Perusahaan

Baik buruknya kualitas pelayanan tergantung terhadap sumber daya manusia yang ada. Apabila kualitas pelayanan suatu perusahaan baik, maka penilaian seseorang tentang perusahaan tersebut akan baik pula sehingga orang tersebut akan percaya.

H₄: Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan BPJS Ketenagakerjaan BPJS Ketenagakerjaan

dimaksudkan untuk meningkatkan kualitas pelayanan.

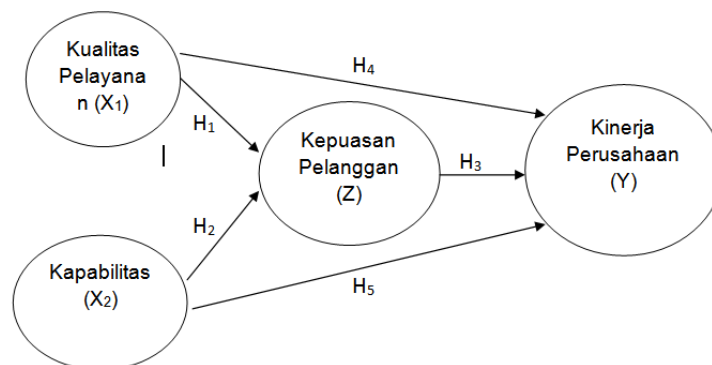
H₆: Terdapat pengaruh kualitas Pelayanan terhadap kinerja perusahaan melalui kepuasan pelanggan

Kapabilitas Perusahaan Terhadap Kinerja Perusahaan

Menurut Amir (2011:86) Kapabilitas adalah kemampuan mengeksploitasi secara baik sumber daya yang dimiliki dalam diri maupun di dalam organisasi, serta potensi diri

Kapabilitas Perusahaan Terhadap Kinerja Perusahaan Melalui Kepuasan Pelanggan

Faktor – faktor kapabilitas perusahaan dalam penelitian ini adalah kemampuan perusahaan dalam hal



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

untuk menjalankan aktivitas tertentu ataupun serangkaian aktivitas.

H₅: Kapabilitas perusahaan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan BPJS Ketenagakerjaan BPJS Ketenagakerjaan.

Kualitas Pelayanan Terhadap Kinerja Perusahaan Melalui Kepuasan Pelanggan

Kualitas pelayanan merupakan sebuah elemen penting dari tanggapan pelanggan seperti kasus dalam pelayanan murni, misalnya pelayanan kesehatan, keuangan dan pendidikan. Selain menawarkan berbagai produk, perbaikan disisi teknologi informasi, sisi pelayanan fisik lainnya, sisi pelayanan non fisik, dan beragam hal yang berbau pelayanan prima

produk, harga, tempat, dan promosi. Kualitas produk harus memenuhi karakteristik operasi dasar, yaitu fitur, keandalan, kesesuaian dengan spesifikasi, daya tahan, estetika dan kesan kualitas. Jika karakteristik tersebut terpenuhi maka pelanggan akan merasa puas dan dari puas tersebut kinerja perusahaan akan bagus pula dengan meningkatnya sisi finansial.

H₇: Terdapat pengaruh kapabilitas perusahaan terhadap kinerja perusahaan melalui kepuasan pelanggan

Metode Penelitian

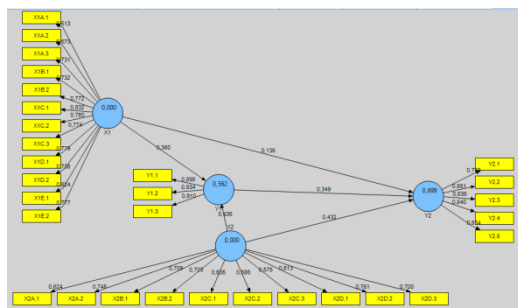
Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif dan metode survei. Metode sampling yang digunakan adalah teknik random

sampling dari semua populasi. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 1.011 orang dan sampel adalah 91 orang peserta BPJS Ketenagakerjaan. Analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis dari penelitian ini adalah analisis *Partial Least Square* (PLS). Teknik ini digunakan karena ada hubungan langsung dan tidak langsung antar variabel, serta sampel yang digunakan tidak harus besar.

Evaluasi model PLS terdiri dari Pengukuran Model (*Outer Model*) dan Model Struktural (*Inner Model*). Pengukuran Model (*Outer Model*) terdiri dari Uji Validitas Data dan Uji Reliabilitas. Uji validitas data dalam bentuk validitas konstruk terdiri dari validitas konvergen dan validitas diskriminan. Uji reliabilitas di PLS dapat dibagi menjadi dua metode yaitu *Cronbach Alpha* dan *Composite Reliability*. Model struktural (*Inner Model*) dievaluasi menggunakan R^2 . Uji hipotesis dapat dilihat dari nilai *path coefficients* dan *inner model*.

Hasil Penelitian dan Pembahasan Analisis Data

1. Uji Validitas Konstruk



Gambar2. Hasil Uji PLS

Setelah dilakukan pengujian ulang didapatkan hasil bahwa setiap konstruk memiliki nilai di atas 0,7

sehingga dapat dilakukan pengujian berikutnya yaitu melihat validitas konstruk dan reliabilitas dari model ini.

Uji validitas konstruk yang digunakan dalam penelitian adalah, uji validitas konvergen dan uji validitas diskriminan, penjabarannya sebagai berikut :

(1) Validitas Konvergen

Uji validitas konvergen parameter yang dapat digunakan dapat dilihat dari skor AVE dan *communality*, masing – masing harus bernilai di atas 0,5. Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan adalah kualitas pelayanan, kapabilitas perusahaan, kepuasan pelanggan dan kinerja perusahaan memiliki nilai AVE dan *communality* sebesar 0,625764 ; 0,595573 ; 0,835758 ; 0,672047 dimana semua memiliki nilai di atas 0,5. Hasil ini dapat diartikan bahwa indikator dalam penelitian ini konvergen dan masuk di dalam konstruk dengan nilai lebih dari 50 persen.

(2) Validitas Diskriminan

Uji validitas diskriminan, parameter yang dapat digunakan adalah dengan melihat akar AVE dibandingkan dengan korelasi antar variabel, dan nilai dari akar AVE harus lebih besar dari korelasi antar variabel laten tersebut. Hasil pengujian yang telah dilakukan di dapatkan hasil bahwa nilai akar AVE dari setiap variabel lebih besar dari setiap korelasi dari variabel laten. Selain itu uji validitas diskriminan juga dapat dilihat dari *Cross Loadings* setiap indikator memiliki nilai yang paling tinggi di antara indikator yang lainnya.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas
Overview Alogaritma

	Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values)				
	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	Standard Error (STERR)	T Statistics (O/STERR)
Kualitas Pelayanan ->Kepuasan Pelanggan	0,448279	0,440369	0,118105	0,118105	3,795589
Kualitas Pelayanan ->Kinerja Perusahaan	0,123297	0,115008	0,096042	0,096042	1,283792
Kapabilitas Perusahaan ->Kepuasan Pelanggan	0,362943	0,374441	0,103931	0,103931	3,492166
Kapabilitas Perusahaan ->Kinerja Perusahaan	0,449777	0,464116	0,100248	0,100248	4,486640
Kepuasan Pelanggan ->Kinerja Perusahaan	0,350020	0,344296	0,085784	0,085784	4,080273

	Composite Reliability	Cronbachs Alpha
Kualitas Pelayanan	0,937	0,925
Kapabilitas Perusahaan	0,897	0,863
Kepuasan Pelanggan	0,938	0,901
Kinerja Perusahaan	0,910	0,871

Parameter yang dapat digunakan dari hasil uji reliabilitas dapat dilihat dari nilai *Composite Reliability* dan *Cronbachs Alpha*. Suatu konstruk dapat dikatakan reliabel jika *Composite Reliability* > 0,7 dan *Cronbachs Alpha* > 0,6. Pada penelitian ini dapat dilihat dari tabel 1 bahwa *Composite Reliability* untuk setiap variabel didapat nilai di atas 0,7 selain itu *Cronbachs Alpha* untuk setiap variabel dalam penelitian ini juga diatas 0,6. Hal ini berarti model dalam penelitian ini sudah reliabel.

Inner Model

Untuk menilai model struktural (*inner model*) dalam PLS, dapat dievaluasi dengan menggunakan R^2 . Nilai R^2 digunakan untuk mengukur tingkat variansi perubahan variabel

independen terhadap variabel dependennya. Berikut hasil pengujian yang telah dilakukan :

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan didapatkan nilai kepuasan pelanggan sebesar 0,577, hal ini dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan dan kapabilitas perusahaan dapat menjelaskan nilai kepuasan pelanggan sebesar 57,7%. Nilai R^2 kinerja perusahaan sebesar 0,705 dengan demikian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kapabilitas perusahaan dapat menjelaskan nilai kinerja perusahaan sebesar 70,5%.

Uji Hipotesis

Melalui model struktural (*inner model*) dapat dilihat untuk memprediksi hubungan kausalitas antar variabel laten. Nilai koefisien *path* atau *inner model* menunjukkan tingkat signifikansi dalam pengujian hipotesis. Melalui proses *bootstrapping*, parameter uji *t-statistic* diperoleh untuk memprediksi adanya hubungan kausalitas.

Tabel 2. Hasil Uji Bootstrapping

Ukuran signifikansi keterdukungan hipotesis dapat digunakan perbandingan nilai *t-table* dan *t-statistic*, dari hasil pengujian harus menunjukkan *t-statistic* lebih besar daripada *t-table* supaya hipotesis dapat terdukung, untuk tingkat keyakinan 95 % maka *t-table* untuk hipotesis dua ekor (*two-tailed*) adalah $\geq 1,96$.

Berdasarkan tabel 2 didapatkan hasil bahwa :

Hipotesis pertama, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan terdukung. Hipotesis kedua kapabilitas perusahaan

berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan terdukung. Hipotesis ketiga, kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan terdukung.

Hipotesis empat, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan tidak terdukung. Hipotesis lima, kapabilitas perusahaan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan terdukung.

Untuk pembuktian hipotesis keenam dan ketujuh dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3. Hasil Uji Bootstrapping Moderasi)

	Total Effects (Mean, STDEV, T-Values)				
	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	Standard Error (STERR)	T Statistics (O/STERR)
Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan	0,448279	0,442764	0,110588	0,110588	4,053612
Kualitas pelayanan terhadap kinerja perusahaan	0,280204	0,276490	0,092169	0,092169	3,040107
Kapabilitas perusahaan terhadap kepuasan pelanggan	0,362943	0,372077	0,093473	0,093473	3,882844
Kapabilitas perusahaan terhadap kinerja perusahaan	0,576814	0,586813	0,091546	0,091546	6,300783
Kepuasan pelanggan terhadap kinerja perusahaan	0,350020	0,337354	0,079480	0,079480	4,403903

Berdasarkan tabel *Total Effect* jika nilai *t-statistic* > 1,96 berarti variabel mediasi mampu memediasi secara penuh, dari hasil pengujian yang telah dilakukan dapat dilihat bahwa hipotesis keenam kualitas pelayanan terhadap kinerja perusahaan melalui kepuasan pelanggan terdukung. Begitu pula hipotesis ke tujuh kapabilitas perusahaan terhadap kinerja perusahaan melalui kepuasan pelanggan terdukung.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan didapatkan hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan terdukung, hal ini dapat dilihat dari hasil pengujian di dapatkan nilai *T-statistic* 3,795589 yang dimana lebih besar dari pada *t-table* 1,96. Hal ini dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Faktanya setiap pelanggan pasti mengharapkan pelayanan yang maksimal dari perusahaan. Semakin bagus pelayanan yang diberikan, pelanggan akan semakin puas dengan perusahaan tersebut. Pelanggan akan kembali bahkan tanpa diminta akan mempromosikan atau menceritakan mengenai pelayanan tersebut kepada saudara atau teman – temannya. Sehingga citra perusahaan akan semakin bagus dan terkenal, serta menarik minat orang untuk bergabung.

Pengaruh Kapabilitas Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan didapatkan hasil kapabilitas perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan terdukung, dari tabel 2 dapat dilihat nilai dari *t-statistic* 3,492166 lebih besar dari nilai *t-table* 1,96. Hal tersebut berarti bahwa kapabilitas perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Kapabilitas perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan karena ada beberapa faktor. Salah satunya adalah strategi promosi

dan kualitas produk, apabila perusahaan mampu dalam hal tersebut maka pelanggan akan merasa puas terhadap perusahaan ini.

Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Kinerja Perusahaan

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan terdukung, seperti yang terlihat pada tabel 2 didapat nilai dari *t-statistic* 4,080273, nilai tersebut jelas diatas nilai *t-table* 1,96. Hal ini berarti kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.

Kepuasan pelanggan adalah salah satu faktor yang dapat mengukur suatu kinerja perusahaan. Semakin banyak pelanggan yang merasa puas terhadap pelayanan perusahaan tersebut, maka dapat dinilai bahwa kinerja perusahaan tersebut bagus. Sebaliknya, apabila kepuasan pelanggan menurun atau banyaknya keluhan dari pelanggan maka kinerja perusahaan tersebut dinilai buruk.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kinerja Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan didapatkan hasil bahwa nilai *t-statistic* dari hasil pengujian adalah 1,283792 yang dimana lebih kecil dari *t-table* 1,96. Hal ini berarti hipotesis tidak terdukung dan dapat dikatakan bahwa kapabilitas perusahaan tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.

Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan karena ada beberapa faktor. Salah satunya adalah melihat dari bidang perusahaannya dan pasar yang dituju oleh perusahaan. Apabila

perusahaannya bergerak dibidang perdagangan, maka yang dilihat pertama kali oleh pelanggan adalah harganya bukan pelayanannya. Sehingga kualitas pelayanan tidak begitu berpengaruh terhadap kinerja perusahaan tersebut.

Pengaruh Kapabilitas Perusahaan Terhadap Kinerja Perusahaan

Setelah dilakukan pengujian, didapatkan hasil nilai dari *t-statistic* adalah 4,486640 yang dimana lebih besar dari *t-table* 1,96. Hal ini berarti hipotesis terdukung dan dapat dikatakan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.

Kapabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk mengeksploitasi sumber daya yang dimiliki perusahaan. Sumber daya dapat berupa sumber daya manusia maupun sumber daya yang lain contohnya finansial. Semakin baik perusahaan dapat mengembangkan sumber dayanya akan semakin baik pula kinerja perusahaannya.

Penilaian kinerja perusahaan dapat berupa dari segi keuangan maupun manajerial. Semakin baik keuangan dan sistem manajerial suatu perusahaan maka kinerja perusahaan tersebut akan dinilai baik. Sebaliknya, jika keuangan dan sistem manajerialnya buruk maka penilaian terhadap perusahaan tersebut akan buruk. Semakin baik kinerja perusahaan akan membuat nama atau citra perusahaan tersebut baik dan dipercaya oleh pelanggannya.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kinerja Perusahaan Melalui Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan tabel *Total Effect*, dapat dilihat bahwa kualitas pelayanan terhadap kinerja perusahaan melalui kepuasan pelanggan terdukung, hal tersebut dapat dilihat pada tabel 3 bahwa nilai *t-statistic* > 1,96 hal ini berarti kepuasan pelanggan mampu memediasi secara penuh kualitas pelayanan terhadap kinerja perusahaan.

Penilaian pertama pelanggan terhadap suatu perusahaan adalah mengenai pelayanan. Jika pelanggan merasa pelayanannya berkualitas, mereka akan merasa puas sehingga berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Maka dapat dikatakan, semakin baik kualitas pelayanan suatu perusahaan maka kinerja perusahaan akan semakin bagus dengan tingkat kepuasan yang tinggi. Kinerja perusahaan dapat berupa dari segi pendapatan finansial.

Pengaruh Kapabilitas Perusahaan Terhadap Kinerja Perusahaan Melalui Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan tabel *Total Effect*, dapat dilihat bahwa kapabilitas perusahaan terhadap kinerja perusahaan melalui kepuasan pelanggan terdukung, hal tersebut dapat dilihat pada tabel 3 bahwa nilai *t-statistic* > 1,96 hal ini berarti kepuasan pelanggan mampu memediasi secara penuh kapabilitas perusahaan terhadap kinerja perusahaan.

Setelah mengetahui kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan, perusahaan harus segera menjalankan strategi tersebut agar pelanggan merasa puas. Dapat dikatakan bahwa semakin tinggi tingkat kapabilitas perusahaan akan menyebabkan naiknya tingkat kepuasan

pelanggan sehingga semakin bagus pula kinerja perusahaan tersebut.

Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini telah dilakukan secara optimal, namun demikian peneliti merasa bahwa dalam penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan yang mungkin dapat mempengaruhi hasil penelitian. Keterbatasan – keterbatasan tersebut adalah :

1. Penelitian ini menggunakan metode survei melalui kuesioner, sehingga kesimpulan yang diambil hanya berdasarkan pada data yang dikumpulkan melalui pengguna instrument secara tertulis.
2. Perbedaan persepsi diantara masing – masing responden di dalam memahami konteks pertanyaan yang disajikan kuesioner dan jawaban responden yang disampaikan belum tentu mencerminkan keadaan yang sebenarnya. Hal ini akan berbeda apabila data diperoleh melalui wawancara langsung maupun memberi pemahaman dalam mengisi kuesioner.

Kendala yang bersifat situasional, yaitu berupa situasi yang dirasakan responden pada saat pengisian kuesioner tersebut akan dapat mempengaruhi cara menjawab.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

Kualitas pelayanan dan kapabilitas perusahaan BPJS Ketenagakerjaan Cabang Jember berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan dan kapabilitas perusahaan BPJS

Ketenagakerjaan Cabang Jember berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Sedangkan kualitas pelayanan BPJS Ketenagakerjaan Cabang Jember tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.

Kualitas pelayanan dan kapabilitas perusahaan BPJS Ketenagakerjaan Cabang Jember berpengaruh terhadap kinerja perusahaan melalui kepuasan pelanggan.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan di atas, saran dalam penelitian ini adalah BPJS Ketenagakerjaan Cabang Jember masih harus meningkatkan kualitas pelayanan dan kinerja perusahaannya, karena masih ada beberapa kekurangan ketika dikaitkan dengan teori yang ada. Misalnya adalah motivasi diri karyawan yang masih kurang dalam memberikan pelayanan kepada peserta, selain itu pengetahuan mengenai perusahaan seperti produk dan peraturan yang berlaku.

Daftar Pustaka

- David, F. R. (2009). *Manajemen Strategis, Konsep*. Jakarta: Salemba Empat.
- Definisi Pengertian Harga Tujuan Metode Pendekatan Penetapan Harga Manajemen Pemasaran. Retrieved from <http://www.organisasi.org/1970/01/definisi-pengertian-harga-tujuan-metode-pendekatan-penetapan-harga-manajemen-pemasaran.html>
- Djumena, E. (2015). Tolak Aturan Baru BPJS Ketenagakerjaan, "Netizen" Bikin Petisi. Retrieved from <http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2015/07/02/135504626/Tolak.Aturan.Baru.BPJS.Ketenagakerjaan.Netizen.Bikin.Petisi>
- Fanly W Manus, B. L. (2015). Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Layanan, Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Tri Di Kelurahan Wawalintouan Tondano Barat. *EMBA*, 3, 695-705.
- Fasochah, H. (2013). Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada RS Darul Istiqomah Kaliwungu Kendal). *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi No. 34 / Th. XX / April 2013*.
- Guspul, A. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah. *PPKM UNSIQ I*, 40-54.
- harminingtyas, r. (2012). analisis faktor pelayanan, fasilitas, promosi dan lokasi terhadap kepuasan penghuni perumahan permata puri ngalian semarang. *stie malang*, 4.
- Hyoungh Koo Moon, B. K. C. (2014). How an organization's ethical climate contributes to customer satisfaction and financial performance : Perceived organizational innovation perspective. Retrieved from <http://www.emeraldinsight.com/doi/pdfplus/10.1108/EJIM-03-2013-0020>

- Jogiyanto, W. A. (2015). *Paternal Least Square (PLS) – Alternatif Structural Modeling (SEM) Dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: XV Andi Offset.
- Ketenagakerjaan, B. (2016). Visi, Misi BPJS Ketenagakerjaan. Retrieved from <http://www.bpjsketenagakerjaan.go.id/>
- Linn Viktoria Rampl, P. K. (2014). Employer Brand Trust and Affect : Linking Brand Personality to Employer Brand Attractiveness. Retrieved from <http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/EJM-02-2012-0113?journalCode=ejm>
- M, R. D. R. (2012). Pengaruh Good Corporate Governance Dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan.
- Manajemen strategis. Retrieved from https://id.wikipedia.org/wiki/Manajemen_strategis
- Manoppo, F. (2013). Kualitas Pelayanan, Dan Servicescape Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Gran Puri Manado. *EMBA*, 1, 1341-1348.
- Meliana, S., dan Budi Setiawan. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian. *Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 1, 247-254.
- Michael Tumbelaka, S. L. (2014). Servicescape Dan Personal Selling Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Britama Bank BRI Cabang Manado. *EMBA*, 2, 1239-1250.
- Naldy, R. (2015). Signalling Theory & Agency Theory. Retrieved from <http://muhammadrinaldi01.blogspot.co.id/2015/04/signalling-theory-agency-theory.html>
- Pengertian Faktor Kepuasan Konsumen. Retrieved from <http://www.kajianpustaka.com/2013/04/pengertian-faktor-pengukuran-kepuasan-konsumen.html>
- Pengertian Kredibilitas, Profesionalisme, Skeptisme, Konservatisme, dan Integritas. (2012). Retrieved from <https://poe3indriasari.wordpress.com/2012/10/20/pengertian-kredibilitas-profesionalisme-skeptisme-konservatisme-dan-integritas/>
- Puspasari, A. (2014). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Word Of Mouth Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2. Retrieved from https://www.scribd.com/doc/272684146/PENGARUH-KUALITAS-PRODUK-TERHADAP-WORD-OF-MOUTH-MELALUI-KEPUASAN-PELANGGAN#download&from_embed
- Putriandari, A. S. (2011). Analisis Pengaruh Kualitas Jasa Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pengguna Telkom Speedy Di Semarang.
- Ramenusa, O. (2013). Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pelanggan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT DGS Manado. *EMBA*, 1, 1193-1202.

- Rendy Gula, S. G. O., Ferdy Roring. (2015). Analisis Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Manado Grace Inn. *EMBA*, 3.
- Ridwan, M. (2012). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Aksesoris Perak. *Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jambi*, 1.
- Saleh, A. M. (2010). *Public Service : Communication*. Malang: UMM Press.
- Selang, C. A. D. (2013). Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado. *EMBA*, 1.
- Sholih, M. (2015). BPJS Jember : Klaim JHT Dilayani Sampai Tuntas. Retrieved from <http://www.timesindonesia.co.id/baca/104005/20150907/202807/bpjs-jember--klaim-jht-dilayani-sampai-tuntas/>
- Sowolino, E. F. M. P. (2013). Pelaksanaan Jaminan Kecelakaan Kerja Dan Pemeliharaan Kesehatan Bagi Pekerja Di Hotel Poncowinatan. *Ilmiah*.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono Fandy, G. C. (2012). *Service Management Meningkatkan Layanan Prima*. Jakarta: Andi.